

# 苹果式微 微软复苏 亚马逊穷追 全球市值最大宝座争夺战愈演愈烈

□本报记者 陈晓刚

截至11月29日美股市场收盘，苹果公司市值达到8520.36亿美元，继续位居全球市值最大公司宝座；微软公司以不到4亿美元的差距排名第二；亚马逊市值8183.23亿美元，稳居第三位，比第四名谷歌母公司Alphabet高出近600亿美元。

2018年，市值前几位的巨头你争我夺，频频上演超车好戏。2018年2月，亚马逊市值首次超过微软。次月，亚马逊市值又超过了Alphabet。10月下旬，微软又反超亚马逊。11月26日，微软市值盘中短暂超越苹果。次日，微软收盘市值超越苹果10亿美元，成为全球市值最大的公司。随后苹果展开反击，再度夺回“最大”宝座。美国股市近期大幅震荡，冲击企业股价，率先冲过万亿美元市值的苹果已出现后劲不足。随着市场企稳，全球市值最大争夺战或愈演愈烈，胜负难料。

## 苹果后劲不足股价连跌

2018年8月初，苹果市值突破万亿美元，并在10月初升至1.1万亿美元。不过好景不长，由于美股大市走弱以及市场对iPhone新品供应的担忧，苹果股价连连下挫。11月29日，苹果收于179.55美元，距离10月3日的历史高点232.66美元下跌近23%。

由于今年秋季推出的新iPhone令消费者失望，苹果的创新能力被广泛诟病。新机型销量不佳，市场频频传出苹果砍单供应商的消息。11月初，苹果宣布将停止披露销售数据，同时暗示今后数月销售业绩可能走软，加剧了外界对苹果新产品的唱衰，导致资本市场对苹果未来发展的不信任，众多华尔街机构纷纷看淡苹果后市。全球贸易摩擦阴霾不散，也更令投资者对苹果前景存疑。

RBC Capital Markets本周调降苹果目标价，成为最新一家看淡苹果后市的华尔街机构。该机构分析师认为：“鉴于供应链和其它方面不断有数据显示iPhone需求疲软，我们认为谨慎



视觉中国图片

做法是调降预估，尤其是明年一季度及其之后相关的预估，我们认为投资者会等到市场噪音逐渐平息后，对苹果股价的看法才会更积极。”报告预计，这种情况将出现在2019年初。

RBC Capital Markets将苹果目标价从240美元下调至235美元，不过仍确认苹果“跑赢大盘”的评级，称由于资产负债表强劲和“激进的”回购计划，该股仍是避险情绪升温环境下的“核心大盘科技股”。

## 市场看好微软“智能云”前景

在苹果股价大幅下跌期间，微软股价却相对表现平稳。在10月3日创出115.68美元的历史新高后，微软股价并未追随美股大市连续下跌，11月29日收于110.19美元，距离历史高点仅下跌不到5%。

上次微软市值超过苹果，还要追溯到2010年。随着消费者需求从台式电脑逐渐转向iPhone等移动设备，微软在计算机领域占据主导地位的重要性下降，其表现开始落后于苹果。微软曾试图重新站稳脚跟，收购了诺基亚的手机业务并发布了自己的手机，但该业务表现并不理想。

五年前，云计算的兴起改变了微软的命运。在新任首席执行官纳德拉的领导下，该公司投入巨资建设数据中心和其他基础设施，为企业客户提供应用程序并存储数据。微软目前由三大业务组成，分别为“生产力与业务流程”、“智能云”和“更多个人计算”。其中，智能云包括服务器和云服务及企业服务。

业内人士称，微软之所以市值超越苹果，主要原因是市场看好微软智能云业务将成为未来营收增长的主要驱动因素。财报显示，微软的智能云业务在上季度营收为86亿美元，总体增幅达24%。据Synergy Research的最新统计，今年第二季度隶属于微软智能云的微软Azure，在云服务市场已经占据14%的份额，同比增长3个百分点；亚马逊保持在34%；谷歌增长1个百分点至6%。由于谷歌与微软差距明显，在未来云服务市场，微软将直接挑战亚马逊的龙头地位。

微软已成为目前最受机构欢迎的科技巨头公司。最新13F持仓报告显示，对冲基金三季度净买入逾420万股微软股票；相比之下，苹果股票则被净卖出约400万股。业内人士强调，对冲基金更关注企业营收增长潜力，微软Azure被投

资者广泛看好。

## 亚马逊不甘“坐三望二”

今年相当长时间内，亚马逊市值仅次于苹果。今年9月4日，亚马逊股价盘中冲至2050美元以上，一度成为继苹果之后第二家进驻“万亿美元俱乐部”的公司。然而到了11月29日，亚马逊股价收于1673.57美元，距离9月4日的高点，跌幅达18.4%。亚马逊市值不仅未能超越苹果，又被身后的微软超过。

一直以来，亚马逊在美国上市公司中都是一个“异类”。喜欢“讲故事”的这家公司通过牺牲短期利润来加大长期投资，着眼于未来的增长前景，换来的是虽然业绩连年亏损，但资本市场对此表示认可，并对亚马逊给出近百倍的市盈率。

有独立研究机构认为，亚马逊堪称大型企业和具有初创精神的创业基因的最佳结合。其中，电商堪称亚马逊的基因，也是其征战四方的核心武器。市场研究机构eMarketer的报告显示，亚马逊平台2018年美国市场销售总额预计接近2600亿美元，将占到美国当年全部电商总额的将近一半。另外，实体零售业务正在成为亚马逊新的盈利增长点，自其2015年11月开出首家实体零售门店之后，亚马逊开始涉足不同领域实体零售业务。截至目前，亚马逊已在生鲜、食品、服装等领域全面布局，未来或进一步打破行业界限。一些机构认为，崭新的实体零售业务将成为亚马逊电商版图中最具想象力的一环。

与此同时，潜力巨大的云计算和数字广告等高利润业务已成为亚马逊的顶梁柱。数据显示，云计算业务占其总营收的20%以上，已成为亚马逊最赚钱的一项业务。在云服务市场，亚马逊AWS牢牢占据着市场份额第一的宝座。

美国财经媒体援引机构分析的预测报道称，亚马逊今年销售额可能增长逾30%至2650亿美元，每股收益将增加两倍。摩根士丹利更上调亚马逊股票目标价至每股2500美元，这一上调的依据是，预计到2020年，亚马逊营收将保持每年24%的增速。

## ■ 海外观察

### 通用汽车为何走向衰落

□金玟

美国通用汽车11月26日宣布，将大幅裁员1.4万人，并关闭北美地区5家工厂。这是金融危机以来通用第一次收缩经营规模。眼下，美国经济增长强劲、就业充分、消费旺盛，美国最大汽车巨头怎么突然又不行了？

愤怒至极的美国总统特朗普发推特说：我对通用汽车，还有CEO玛丽·巴拉非常失望！他们关闭了俄亥俄、密歇根、马里兰的工厂。墨西哥和中国没有关闭任何工厂。美国拯救了通用汽车，这就是我们所得到的感谢！”

特朗普确实有理由愤怒，他上台后先是给美国企业减税，又通过重新谈判北美自由贸易协定给美国境内汽车企业争取特殊待遇，还威胁要对欧洲和日本进口汽车加征关税。然而，通用却宣布了十年来最大规模的裁员和关厂计划，并且其中一些工厂还位于特朗普的重要票仓。

这个国家已经为通用付出了很多！”特朗普的抱怨也确实没错。2007年和2008年，由于次贷危机引发的金融和经济危机，通用那两年分别亏损了387亿美元和309亿美元，濒临破产。为拯救美国的标志性品牌以及十几万员工，美国政府分两次给予通用总计约500亿美元的救助。

美国政府通过救助暂时持有通用61%的股份，此后又通过出售股票退出援助。联邦政府2014年的调查显示，这次救助虽然救活了通用，但美国纳税人为此亏了112亿美元。

短短不到十年，纳税人花钱保住的工作岗位又被通用大规模裁掉。对此，通用首席执行官巴拉解释说，公司这是为未来布局，未来通用需要更多“电脑程序员”，更少“研究内燃机引擎的工程师”。

这种解释虽然听上去很高大上，但并不符合事实。日本和德国企业也在进行电动化和自动化研发，并且研发进度还领先于通用，但并没有大规模裁员。业内人士普遍认为，通用大规模裁员关厂的实际原因有两方面：

其一，迎合美国市场的特殊消费需求，即消费者偏爱大型SUV和皮卡，轿车销量走低。通用此次裁员和关厂主要针对轿车部门，并一口气砍掉了包括别克君越、凯迪拉克CT6、雪佛兰科鲁兹在内的多款轿车品牌。但同时，通用却准备增加皮卡和SUV的产量。

今年10月，美国新车销量的65%是SUV和卡车，这一比例在五年前仅为50%。消费者越来越喜欢买大车，是通用转型的关键原因。事实上，不仅是通用，美国第二大车厂福特也已决定削减轿车产量，将重心转移到SUV和皮卡上。

其二，迎合美国的特殊监管规定。美国国家环境保护局和美国国家高速公路管理局联合制定了汽车油耗标准：公司平均燃料经济性(CAFE)。这一标准分为两部分，一部分是针对家用轿车，另一部分是轻卡，后者的燃油经济性和排放标准都要低很多。但美国所说的轻卡其实不仅指皮卡，还包括SUV和各种跨界休旅车。

监管者的本意是鼓励企业生产燃油经济性更好的车辆，但其实际结果却正好相反。汽车企业的操作方法是，干脆不造轿车，而是将车辆做得更大，从而可以适用轻卡的CAFE标准。

通用的情况正是如此，由于通用在发动机技术、变速箱技术和混合动力技术上落后于日德企业，难以满足轿车的油耗标准，因此索性放弃轿车，专注于油耗和排放标准更低的SUV和皮卡。但这样做存在巨大风险，因为一旦监管者改变轻卡的油耗标准，或改变轻卡的认定标准，那么通用必将面临巨大危机。

通用衰败的原因，就在于被动迎合美国单一市场的消费习惯和监管规定，这将降低通用在全球市场的竞争力。因为美国市场太过特殊：美国没有排量税、排放标准更低、油价便宜、高速免费、地广人稀、出行和购物都极度依赖汽车，这都导致美国人喜欢开大车，且普遍不在意油耗。

因此，通用汽车这样的美国传统汽车企业，除了在美国以及汽车文化尚不成熟的中国市场吃香外，在全球其他市场几乎都不受欢迎。2017年，通用第一大市场是中国，销量404万辆；第二大市场是美国，销量300万辆；第三和第四大市场是巴西和加拿大，但销量仅分别为39万辆和30万辆。换言之，通用基本就靠中国和美国市场，已经不能说是一家全球公司了。

不同市场消费者的需求是不一样的，在欧洲和日本消费者看重小型化、安全和油耗，在非洲消费者看重耐用性和通过性，在美国看重空间和动力性，在中国看重空间和性价比……过于依赖单一市场的问题在于，产品和技术研发方向过于单一，适应变化能力差。

在这一点上，日本丰田就显然比通用更像一家全球公司，技术储备也更加丰富。日本丰田汽车2017年销量本土占比25%、北美占比32%、欧洲占比10%、除日本外亚洲地区占比18%、其他地区占比15%。显然，丰田并没有过度依赖某单一市场，这意味着其拥有满足不同地区需求的丰富技术储备。

通用的衰落，给全球化时代的企业提供了极好的教训：首先，要成长为全球企业就必须突破对单一市场的过度依赖；其次，通过技术研发引领消费需求，而非被动迎合消费需求，这才是企业基业长青的关键；再次，政府救助可解燃眉之急，但企业长远发展仍得靠自己。

## ■ 海外选粹

### 2018最“胆大妄为”的50名企业家



企业家

## ■ 海外传真

### 英国商界呼吁支持“脱欧”协议

□本报记者 王慧慧 伦敦报道

英国“脱欧”步伐日益加快，继上周末欧盟通过与英国达成的“脱欧”协议，预计12月11日英国议会将对协议进行表决。

其间英国多个机构发布分析报告，评估“脱欧”对英国经济产生的影响，认为“脱欧”后英国经济比留在欧盟要差，但英国商界期待能够按照“脱欧”协议退出欧盟，让企业看到确定性。

根据英国政府发布的报告，与留在欧盟相比，英国不管以何种方式“脱欧”，其经济都将受到负面影响，如果英国按照目前与欧盟达成的协议退出欧盟，15年后英国GDP将比留在欧盟少3.9%，如“无协议脱欧”，这一数字将高达9.3%。

英国财政大臣菲利普·哈蒙德在接受英国广播公司采访时表示，任何方式的“脱欧”都会让英国经济付出代价，从纯经济学角度看，留在欧盟对英国经济更有利，他认为目前英国和欧盟达成的“脱欧”协议带来的效果接近英国留在欧盟能够得到的经济收益。

英国央行报告指出，“无协议脱欧”将导

致英国GDP最多萎缩8%，对英国经济的冲击程度大于2008年国际金融危机，“无协议脱欧”可能使英国失业率上升至7.5%，通货膨胀率上升至6.5%，英镑贬值25%。

“脱欧”拖累英国经济源于多个因素，包括英国与最大贸易伙伴欧盟的贸易摩擦难以避免，英国吸引外资数量可能下降，欧盟流入英国的劳动力减少也将削弱生产力增长。

英国工业联合会首席经济学家雷恩·牛顿-史密斯认为，政府报告直接打破了一些人关于“硬脱欧”不会严重损害英国经济的幻想，尽管政府的协议不完美，但将减少短期不确定因素，“无协议脱欧”的可能性存在越久，就业和投资受到的影响就越大。

作为英国支柱型产业，汽车行业对有序脱欧的呼声很高。现阶段，英国产整车80%用于出口，其中近60%出口至欧盟，如果英国退出欧洲共同市场关税同盟，按世界贸易组织规则测算，英国进口欧盟汽车零部件可能被征收3%的关税，欧盟进口英国产汽车可能被征收10%的关税，这将给企业和消费者带来重压。

英国汽车制造商与经销商协会最新调查

显示，四分之三的受访汽车企业认为“无协议

脱欧”将带来灾难性后果，其中三分之一的企业已经推迟或取消在英投资，五分之一的企业表示生意已经在减少，一成以上的将企业将工厂迁往英国以外或裁员。

英国汽车制造商与经销商协会负责人迈克·霍斯说：“我们不希望离开欧盟，但是我们知道退出协议来之不易，而且至关重要的是，这份协议为我们提供了避免走向悬崖的过渡期，我们需要雄心勃勃的协议来确保未来我们能够与最重要的市场进行无障碍的贸易。”

英国与欧盟达成的“脱欧”协议包括退出协议和“英欧未来关系宣言”，尚需英国议会与欧盟其他各成员国分别表决通过后才能生效。根据退出协议，2019年3月29日正式“脱欧”后将设置为期21个月的过渡期，期间英国仍将继续留在欧洲单一市场与欧盟关税同盟，享受贸易零关税待遇。

再过一周，英国议会将就“脱欧”协议进行投票，但议会是否会批准该协议尚难判断，多个党派已经表示将投票反对，执政党保守党内的“疑欧派”人士也对协议不满，因此，尽管现在英国和欧盟已经达成“脱欧”协议，但仍无法完全排除“无协议脱欧”的可能。

通用的情况正是如此，由于通用在发动机技术、变速箱技术和混合动力技术上落后于日德企业，难以满足轿车的油耗标准，因此索性放弃轿车，专注于油耗和排放标准更低的SUV和皮卡。但这样做存在巨大风险，因为一旦监管者改变轻卡的油耗标准，或改变轻卡的认定标准，那么通用必将面临巨大危机。

通用衰败的原因，就在于被动迎合美国单一市场的消费习惯和监管规定，这将降低通用在全球市场的竞争力。因为美国市场太过特殊：美国没有排量税、排放标准更低、油价便宜、高速免费、地广人稀、出行和购物都极度依赖汽车，这都导致美国人喜欢开大车，且普遍不在意油耗。

因此，通用汽车这样的美国传统汽车企业，除了在美国以及汽车文化尚不成熟的中国市场吃香外，在全球其他市场几乎都不受欢迎。2017年，通用第一大市场是中国，销量404万辆；第二大市场是美国，销量300万辆；第三和第四大市场是巴西和加拿大，但销量仅分别为39万辆和30万辆。换言之，通用基本就靠中国和美国市场，已经不能说是一家全球公司了。

不同市场消费者的需求是不一样的，在欧洲和日本消费者看重小型化、安全和油耗，在非洲消费者看重耐用性和通过性，在美国看重空间和动力性，在中国看重空间和性价比……过于依赖单一市场的问题在于，产品和技术研发方向过于单一，适应变化能力差。

在这一点上，日本丰田就显然比通用更像一家全球公司，技术储备也更加丰富。日本丰田汽车2017年销量本土占比25%、北美占比32%、欧洲占比10%、除日本外亚洲地区占比18%、其他地区占比15%。显然，丰田并没有过度依赖某单一市场，这意味着其拥有满足不同地区需求的丰富技术储备。

通用的衰落，给全球化时代的企业提供了极好的教训：首先，要成长为全球企业就必须突破对单一市场的过度依赖；其次，通过技术研发引领消费需求，而非被动迎合消费需求，这才是企业基业长青的关键；再次，政府救助可解燃眉之急，但企业长远发展仍得靠自己。

### 美国医疗业觊觎中国市场

□本报记者 刘立伟 休斯敦报道

森癌症中心为例，这是一家世界上最大的癌症治疗机构之一，每年接收数以百计的国际患者，去年来此治疗的中国患者约有260人。

爱医传递首席医疗官马克·舒曼(Marc Shuman)对记者表示，美国医院对中国患者有吸引力。“中国的医院和诊所无法满足需求，富裕和中产阶层的患者选择赴美治疗程序……缺乏顶级医院、医生和专业的医疗程序，以及无法使用中国尚未批准和可用的特殊靶向治疗的药物是中国患者寻求赴美治疗的几个主要原因。”

休斯敦是世界上最大的医学中心得州医学中心的所在地。这里的多位医学专家对记者表示，中国患者有个习惯，就是冲着医院来看病，这实际上存在误区。美国医院跟医生之间不是雇佣关系，而是合作关系，所以医生并不一定固定在某一家医院。不同医院之间的检查及治疗价格可能会存在较大差异，但是治疗方案并没有多大差别，因为美国医生遵循的行医指南都是医学专科协会基于循证医学制定的。

舒曼说，中国目前是世界上增长最快的主要医疗保健市场，5年复合年增长率为17%，而美国仅为4%。随着中国人口老龄化、收入增加以及城市化进程加快，都将持续催化经济增长。“美国的学术医疗中心认识到中国市场的增长潜力，意识到中国市场可以提高美国医疗中心的全球品牌知名度，增加市场份额并增加新的收入，以此来支持其学术、研究和临床使命。”

爱医传递是加州大学旧金山分校医学中心前肿瘤外科主任罗伯特·沃伦(Robert Warren)和前血液肿瘤科主任马克·舒曼等一些美国顶级专家和其他联合创始人于2011年共同创立的。自2014年进入中国市场以来，爱医传递通过云智能系统和数据交互平台与中国医院和医生合作，为数千例中国患者提供远程会诊服务，提高诊断准确性，同时帮助调整治疗方案。

舒曼说，中美两国已在学术和临床两方面进行合作。学术方面，中国每年都有数以千计的医生和研究人员到美国各大著名医学院进行学术互动，爱医传递与美国20多家顶尖医疗机构中的700多位专科专家签约合作，同时在中国与北京协和医院、四川华西医院、湖南湘雅医院和中山大学附属医院等128家知名医院合作，开展临床案例会诊、前沿学术讲座以及中美专家互访等交流活动。爱医传递联合美国专家每两周举办一次网络直播讲座，每年资助超过20位美国顶尖医学专家教授到访中国各大医院，进行学术和临床交流。

MD安德森癌症中心妇科肿瘤医生罗伯特·科尔曼对中美两国医疗合作前景同样持乐观态度。他说，中美两国研究人员已经开展的一个合作项目是药物基因组学，即研究遗传因素对临床治疗效果的影响。“这是一个很有发展前景的领域……数据的准确性至关重要，旨在为收集中国患者群治疗效果而着手研发相应工具和手段则是一个理想的合作伙伴。”